



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

XIV JORNADES DE XARXES D'INVESTIGACIÓ EN DOCÈNCIA UNIVERSITÀRIA

Investigació, innovació i ensenyament universitari:
enfocaments pluridisciplinars



JORNADAS
DE REDES DE INVESTIGACIÓN
EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

XIV

Investigación, innovación y enseñanza universitaria:
enfoques pluridisciplinares

Coordinadores i coordinadors / *Coordinadoras y coordinadores:*

María Teresa Tortosa Ybáñez

Salvador Grau Company

José Daniel Álvarez Teruel

© Del text / *Del texto:*

Les autores i autors / *Las autoras y autores*

© D'aquesta edició / *De esta edición:*

Universitat d'Alacant / *Universidad de Alicante*

Vicerektorat de Qualitat i Innovació Educativa / *Vicerrectorado de Calidad e Innovación Educativa*

Institut de Ciències de l'Educació (ICE) / *Instituto de Ciencias de la Educación (ICE)*

ISBN: 978-84-608-7976-3

Revisión y maquetación: Verónica Francés Tortosa

Publicación: Julio 2016

Creación de una página de Facebook institucional en un departamento de la UA

V.J. Camps Sanchis; M.J. Sanz Espinós; C. García Llopis; M.T. Caballero Caballero; D. de Fez Saiz

*Departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía
Universidad de Alicante*

RESUMEN (ABSTRACT)

Este proyecto tiene como objetivo mejorar la visibilidad del Departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía a partir de la creación de una página web institucional de Facebook. Para ello se ha procedido a buscar los procedimientos a seguir para su creación y se ha diseñado una estrategia de promoción de toda la actividad que esté relacionada con el departamento y del personal que lo conforma. Se ha determinado cuál es la información que debe aparecer en el Facebook y de qué manera. Pero también es importante determinar a qué público se quiere llegar. Otro aspecto muy importante que se ha abordado en este trabajo es el análisis de la infraestructura necesaria para el mantenimiento de una página web. Como resultados se expone cómo se ha procedido para resolver todas estas cuestiones y además se aportarán datos concretos de la actividad generada en torno a la página de Facebook creada y cuya dirección es: <https://www.facebook.com/dofaUA/?ref=hl>.

Palabras clave: Facebook, departamento, Universidad de Alicante, institucional, visibilidad.

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el uso de las redes sociales se ha convertido en una de las principales fuentes de información/interacción con la mayoría de los jóvenes. En concreto, el uso de Facebook entre la población de los alumnos de la Universidad de Alicante es sin lugar a dudas la red social de mayor aceptación. Por tanto, la creación de una página web de Facebook institucional puede ser una herramienta útil a la hora de poder interactuar con los alumnos que pertenecen a un grado o máster, egresados o profesionales del sector. Son muchos los factores que hay que tener en cuenta para la creación de la página de Facebook y que hay que abordar de manera clara, concisa y responsable. La página Facebook de un departamento puede ser clave para la difusión de toda la actividad que se desarrolla en los departamentos y por tanto aportar visibilidad a todo lo que un departamento puede ofrecer.

A la hora de abordar el diseño de una página Facebook, es necesario primero de todo saber cuáles son las herramientas institucionales con las que se cuenta para su desarrollo y el apoyo técnico ofrecido por la institución. También será importante analizar cuáles son los contenidos que deben aparecer en la página web y cómo se quieren presentar. Para ello será necesario establecer quién o quienes deben establecer los contenidos que deben aparecer y también quién o quienes se encargarán de ponerlos en el Facebook.

Todos estos aspectos y algunos más que irán apareciendo a lo largo del texto serán valorados con el fin de establecer un documento que aporte un criterio válido para el desarrollo de la página de Facebook.

2. DESARROLLO DE LA PÁGINA DE FACEBOOK DEL DEPARTAMENTO DE ÓPTICA, FARMACOLOGÍA Y ANATOMÍA

2.1 Objetivos

Son varios los objetivos que se tratarán de abordar en este trabajo:

- Análisis de los recursos que posee la Universidad de Alicante para la creación de una página de Facebook institucional.
- Valoración de los recursos tanto humanos como técnicos del departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía para la puesta en marcha del Facebook.
- Estudio del tipo de información que debe aparecer en una página web del departamento.

- Contenidos que pueden resultar útiles para la difusión de la actividad del departamento.

2.2. Método y proceso de investigación

El primer paso realizado para la creación de una página web institucional de Facebook fue la mejora de la página web del departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía (<http://dofa.ua.es/es/departamento-de-optica-farmacologia-y-anatomia.html>). Este trabajo fue presentado publicado en el año 2015 en las XIII Jornades de Xarxes d'investigació en Docència Universitaria¹. En él trabajo, presentamos todo el proceso que nos llevó a la creación de la nueva página web de departamento y de los resultados obtenidos con su creación.

Por tanto, la existencia de una página web del departamento va a ser clave para la creación de la cuenta de Facebook puesto que va a ser la fuente de todas las posibles noticias que se puedan difundir.

Cómo crear una página web de Facebook Institucional

La unidad encargada del asesoramiento para la creación de una página de Facebook es la Unidad de Comunicación de la Universidad de Alicante (<http://web.ua.es/es/unidad-comunicacion/unidad-de-comunicacion.html>). En concreto nos dirigimos a la subunidad de Comunicación en Red, cuyo responsable es Rodolfo Martínez. Tal y como se indica en la página web de la unidad de comunicación, una de sus tareas es “Asesoramiento en comunicación y difusión mediática”.

Como se ha comentado anteriormente, el paso previo fue la creación de la nueva página web del departamento, puesto que tal y como se nos había indicado esta debe ser la fuente de donde beben todas las noticias institucionales que puedan ser difundidas a través de Facebook.

A menudo las personas confunden las funciones de un perfil, página o grupo de la mundialmente conocida red social Facebook. Es por tanto, importante aclarar las diferencias existentes.

- *Perfil*: vendría a ser la cuenta de una persona física o jurídica (mayormente de uso personal) desde donde se relaciona con otros perfiles creados en Facebook por otras personas, con quienes interactúa buscando una relación de amistad, amor o negocios.

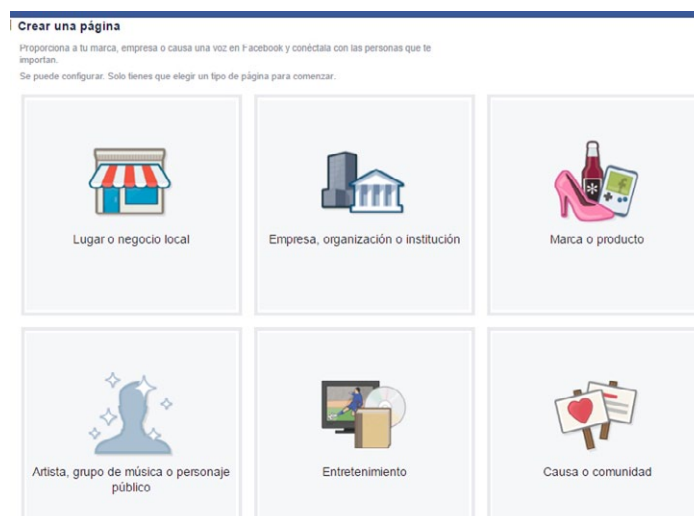
En el perfil, el usuario muestra su personalidad, gustos e intereses. Además, su vida diaria, sus amigos, sus fotos, cumpleaños, estudios, trabajo, relación sentimental y todo lo que sea necesario para mostrarse como ser humano en un espacio digital y poder socializar entre dos o más personas.

- *Página:* Al igual que un sitio web en la web, una página sería un mini sitio web dentro del ciberespacio de Facebook. Se usa generalmente para promocionar productos, servicios, empresas, instituciones, organizaciones, eventos importantes o figuras públicas. Una página no “pide ser tu contacto o amigo”, sino que una página recibe admiradores, seguidores y partidarios de lo que se están proponiendo o dando a conocer.
- *Grupo:* Es un espacio creado por un usuario sobre algún tema en común que reuniría a otros usuarios, independientes a que sean sus amigos o no, impulsados por el tema tratado en el grupo. Por ejemplo: un grupo de fanáticos de la música electrónica, o un grupo de profesionales de la cocina. El objetivo de los grupos en Facebook sería la creación de comunidades virtuales segmentadas con personas de un gusto o interés común.

Para la creación de una página web institucional de Facebook hay que acceder a la siguiente dirección:

https://www.facebook.com/pages/create.php?campaign_id=372931622610&placement=pghm&extra_1=0.

Fig 1: cómo crear la página web institucional de Facebook



Una vez en la página se selecciona la opción de “institución” y se indica que será para la universidad de Alicante.

Fig. 2: Selección del perfil de Institución

Crear una página
 Proporciona a tu marca, empresa o causa una voz en Facebook y conéctala con las personas que le importan.
 Se puede configurar. Solo tienes que elegir un tipo de página para comenzar.

Lugar o negocio local

Empresa, organización o institución
 Únete a las personas que te apoyan en Facebook.
 Educación
 UNIVERSIDAD DE ALICANTE
 Al hacer clic en "Comenzar", aceptas las condiciones de las páginas de Facebook.
 Comenzar

Marca o producto

Artista, grupo de música o personaje público

Entretenimiento

Causa o comunidad

Uno de los aspectos más importantes que hay que dejar claro es la política de la página que se va crear. Es decir, hemos de indicar cuál es el objetivo de esta página y su política para poder evitar posibles confusiones o malos entendidos.

En este sentido, en la creación de la página web hay una pestaña de información que te permite indicar una información general (dirección, página web, teléfono, etc) y otra con información de la página.

Fig. 3: pestaña de información

Página Mensajes Notificaciones Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda

Departamento De Óptica, Farmacología Y Anatomía - Universidad de Alicante
 Optometrista · Oftalmólogo

Información Biografía Fotos Opiniones Más

Acerca de Departamento De Óptica, Farmacología Y Anatomía - Universidad de Alicante

Información general
 Información de la página

Carretera de S. Vicente del Raspeig
 965 90 35 08
 Añadir horario
 http://dofa.ua.es/es/

ESTÁ SEMANA
 408 Alcance de la publicación
 29 Interacción con la publicación
 0 Ver video
 1 Clic en el sitio web
 0 de 0 Índice de respuesta

Promocionar
 Promocionar página

En el subapartado de “Información” de la página hay que indicar los objetivos de la creación de la página. En este apartado el texto que aparece es el siguiente. “A través de esta página de Facebook, el Departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía de la Universidad de Alicante quiere dar a conocer todas sus actividades académicas e investigadoras. Nuestro compromiso es ofrecer un servicio público de calidad que nos permita seguir ofreciendo formación e información rigurosa a todos nuestros alumnos, tanto matriculados actualmente como egresados, así como a los profesionales vinculados a la optometría, oftalmología o la salud visual en general, tanto desde un puntos de vista técnico como clínico”.

Pero una parte muy importante de esta pestaña está en el subapartado de “Descripción larga”. En él aparece el siguiente texto: “El Departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía acepta todo tipo de opiniones y comentarios, siempre que se hagan de forma constructiva y educada y no supongan spam comercial o de otro tipo. Se aplica la política general de la Universidad de Alicante, que prohíbe los mensajes que contravengan las leyes o sean de carácter racista, xenófobo, pornográfico, sexista, de apología del terrorismo, peligroso, amenazador, difamatorio, obsceno, atentatorio contra los derechos humanos o que actúen en perjuicio de los derechos a la intimidad, al honor, a la propia imagen o contra la dignidad de las personas.” Este párrafo es de suma importancia escribirlo para poder rechazar o eliminar comentarios que se puedan realizar en un momento dado de manera inadecuada o impropio.

Otra parte crucial en la creación de la página web de Facebook es determinar las personas que van a poder utilizar la página, es decir, determinar quién o quienes van a ser los administradores y editores. Esta opción se encuentra en la pestaña de configuración y en el siguiente apartado discutiremos cuál ha sido la solución tomada.

Los demás apartados son sencillos de rellenar y aportan información adicional para aquellos que estén interesados en conocer más detalles del Departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía (dirección, teléfono, etc).

Análisis de los recursos con los que cuenta el departamento para la modificación de la página web

En un principio la Universidad no contempla el mantenimiento de una página de Facebook por parte de los departamentos, así como sí se considera de la página web. Por

tanto, abordar el análisis de los recursos necesarios para mantener la página Facebook es imprescindible.

Como personal para el mantenimiento de las páginas webs de los departamentos se designa a las secretarías administrativas, cuyo número de trabajadores/as va a depender del tamaño del departamento. En el caso del departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía se cuenta con una gestora jefe y una secretaria. Sin embargo, tal y como ya comentamos en el anterior artículo¹, se hace necesario contar con una persona más especializada para el control de una página web de departamento y de Facebook o bien que se especialicen más los miembros de la Secretaría.

En nuestro caso, se ha optado por ser tanto el director del departamento como un técnico de laboratorio los encargados de la página web puesto que no se contemplan estas funciones en la Secretaría Administrativa. De esta manera no recae en una única persona la tarea. Son las mismas personas que se encargaban de gestionar la página web del departamento y de publicar los diferentes contenidos.

Información que debe aparecer en una página web del departamento

La información que debe aparecer en Facebook es la publicitada por la página web del departamento (<http://dofa.ua.es/es/departamento-de-optica-farmacologia-y-anatomia.html>), puesto que tal y como se nos aconsejó en su momento en la Unidad de Comunicación de la UA, lo lógico es que exista previamente una web para utilizar el Facebook institucional.

De hecho, resulta muy sencillo poder publicar en Facebook las noticias ya que la propia página web del departamento te permite con un solo click publicar.

Fig. 4: botón de publicación en Facebook en la página web



El departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía imparte en gran cantidad de titulaciones de la Universidad de Alicante, pero mayoritariamente está presente en el Grado de Óptica y Optometría y en el Master de Optometría Avanzada y Salud Visual. Prácticamente la totalidad de los profesores que componen este departamento son físicos y optometristas, aunque también encontramos farmacéuticos o médicos.

Tal y como se comentó en el anterior trabajo¹ nuestra intención es la de difundir las actividades tanto docentes como investigadoras que se desarrollan a lo largo del año en nuestro departamento, consideramos que deben tener un lugar destacado en lo que sería la visibilidad de la página y que gracias a su publicación en Facebook tendrá una mayor repercusión.

Por tanto, todas las noticias que aparecen en “*noticias y eventos*” en la web del departamento, serán automáticamente compartidas en Facebook. Todas estas noticias ya han sido analizadas previamente como adecuadas o no para ser publicadas por lo que en este caso no se requiere de una segunda revisión.

3. RESULTADOS

La página de Facebook fue creada el 19 de Noviembre de 2013 y que correspondió a la publicación de la foto de la portada de la página web del departamento.

Fig. 5: primera noticia publicada en Facebook



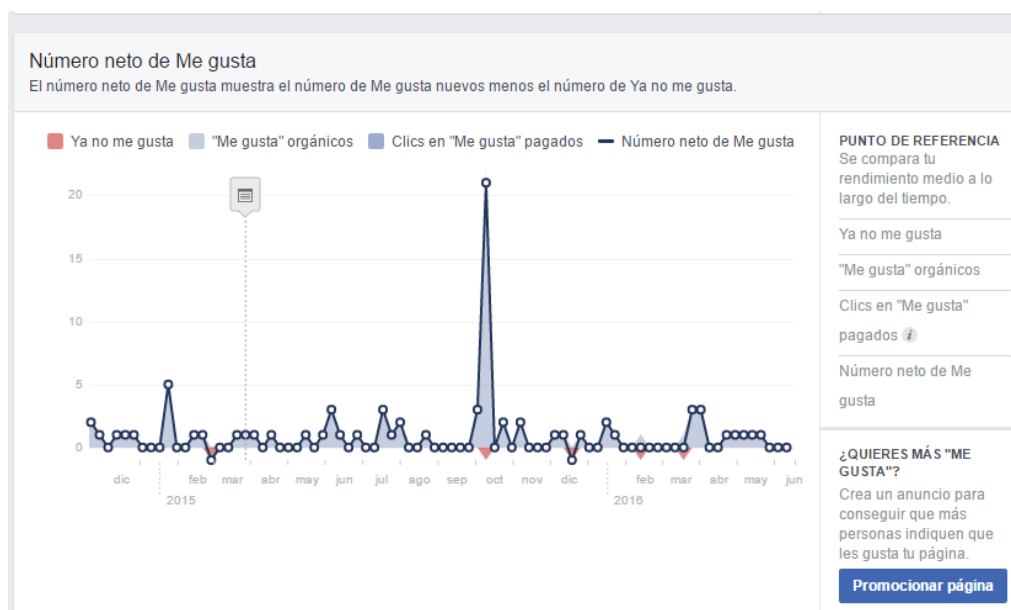
A partir de ese momento han sido muchas las noticias publicadas (una media de 1 o 2 por semana), lo cual ha supuesto un aumento progresivo del número de “me gusta” de la página. Actualmente (02-06-2016) la página tiene 1075 me gusta, gran cantidad de seguidores tratándose como se trata de un Facebook institucional de un departamento universitario.

Fig. 6: Evolución de los “me gusta”



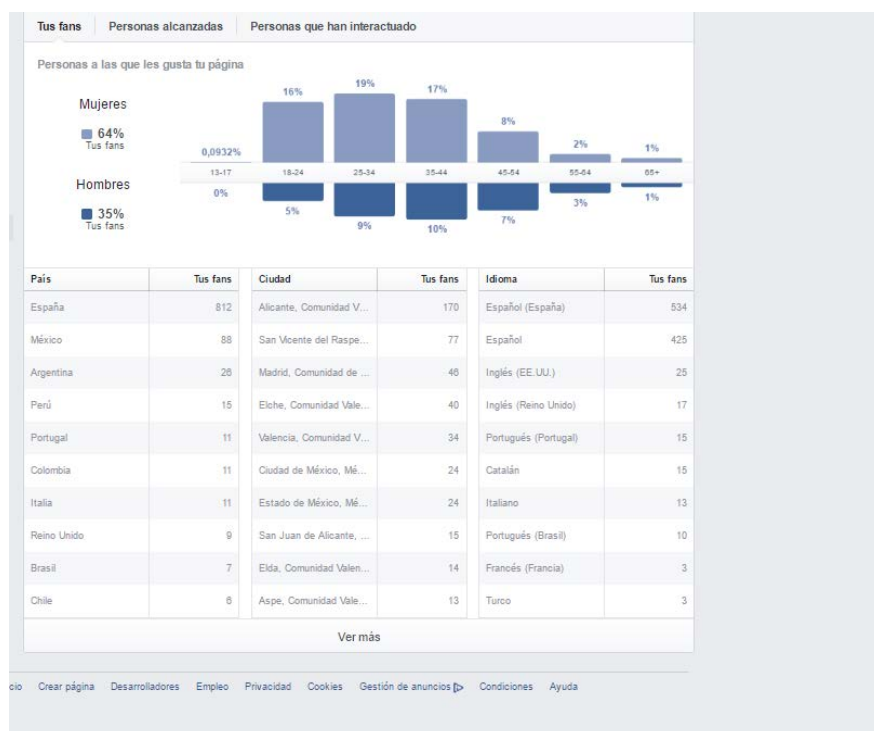
En la siguiente figura se puede observar cómo ha sido la evolución del número de “me gusta” por meses desde su creación. Se puede observar como en septiembre de 2015 se produjo un gran incremento de “me gusta”.

Fig. 7: Número neto de me gusta



La procedencia de los seguidores es muy variada como se puede observar en la siguiente figura.

Fig. 8: Procedencia de los seguidores



La mayoría lógicamente son de España (812) pertenecientes a diferentes comunidades españolas aunque la mayoría son de la Comunidad Valenciana y en concreto de la provincia de Alicante. Es importante destacar que nuestros alumnos del grado de óptica son los que mayormente han seguido nuestra página puesto que nos encargamos de anunciar y publicitar el Facebook a todos ellos. Esta es la razón por la cual la mayoría de los seguidores son de la provincia. También somos seguidos por profesionales del sector puesto que solemos publicar noticias que les puedan interesar en un momento dado o simplemente que han pasado de ser alumnos a profesionales una vez han acabado el grado. En mayor medida pero igual de importantes, somos seguidos por empresas del sector optométrico y oftalmológico. Sin duda, la existencia de una página Facebook hace que cualquier noticia en la cual aparezcan las empresas pueda ser compartida de manera inmediata por dichas empresas, ayudando a afianzar los convenios existentes con ellas.

Como también se puede ver en la figura anterior somos una página seguida en Iberoamérica con 88 seguidores en México, 26 en Argentina, 15 en Perú, etc. La razón de este seguimiento es por el hecho de que gracias a los contactos de algunos profesores con estos

países, así como de los intercambios académicos de alumnos. También está influyendo que la optometría que se realiza en España es muy seguida y valorada por los profesionales de Iberoamérica.

El tipo de publicaciones realizadas han sido muy variadas y con distintos seguimientos. Pasamos a continuación a nombrar distintos tipos de publicaciones realizadas.

Fig. 9: noticia sobre actos oficiales

- **Actos oficiales:**



Fig. 10: noticia sobre títulos académicos

- **Información relevante de títulos académicos:**



Fig. 11: noticia sobre becas

- **Becas:**



Fig. 12: noticia sobre seminarios científicos

- **Seminarios impartidos para nuestros alumnos:**



Fig. 13: noticia sobre ayudas para los alumnos de grado y máster

- Ayudas para los alumnos de grado y máster



507 personas alcanzadas

Promocionar publicación

10

Me gusta Comentar Compartir

Fig. 14: noticia sobre seminarios realizados por profesores visitantes de otras universidades

- Seminarios realizados por profesores visitantes de otras universidades:



465 personas alcanzadas

Promocionar publicación

5

Me gusta Comentar Compartir

Fig. 15: noticia sobre visitas a empresas de nuestros alumnos

- Visitas a empresas de nuestros alumnos:



Visita a las instalaciones Essilor Madrid 2014.
Departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía
Departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía. Visita a las instalaciones Essilor Madrid 2014

DOFA.UA.ES | DE DEPARTAMENTO DE OPTICA, FARMACOLOGIA Y ANATOMIA, UNL...

782 personas alcanzadas


Promocionar publicación

31

Me gusta Comentar Compartir

Fig. 16: noticia sobre libros relevantes de carácter académico

- Publicación de libros relevantes de carácter académico:



Libro Percepción Visual. Grupo de Óptica y Percepción Visual
Grupo de Óptica y Percepción Visual. Libro de consulta de la asignatura Psicofísica y Percepción Visual

WEB.UA.ES | DE GRUPO DE OPTICA Y PERCEPCION VISUAL. UNIVERSIDAD DE AL...

404 personas alcanzadas

Promocionar publicación

Gloria Glorieta, Toni Abengózar y 4 personas más

Me gusta Comentar Compartir

Fig. 17: noticia sobre nuestros profesores del departamento



Figura 18: noticia sobre ofertas de trabajo



Fig. 19: noticia sobre la jornada de OPTOINNOVA



Como se puede observar en tipo y número de noticias publicadas es muy grande. Por tanto, son muchos los posibles perfiles de seguidores de la página que puedan estar interesados en leer y seguir nuestras noticias.

De todas las noticias publicadas hasta el momento la más visitada ha sido una de las noticias que se publicaron sobre la realización del “proyecto Habana”. Proyecto dirigido por dos profesores de nuestro departamento y que contó con el apoyo de alumnos del grado de óptica y optometría.

Fig. 20: noticia sobre el proyecto Habana



Como se puede observar en la figura, la noticia recibió 8899 visitas.

También fue destacable el seguimiento a la noticia sobre una entrevista realizada al miembro del departamento David Piñero. Noticia que recibió un total de 8493 visitas.

Fig. 21: noticia sobre la entrevista a David Piñero



La supervisión de las noticias y las posibles reacciones de los seguidores es importante, de hecho se tuvieron que eliminar comentarios inapropiados o fuera de contexto en algún momento. Esto no sería posible si no se explica claramente en la parte de información que nos reservamos el derecho para ello.

4. CONCLUSIONES

- La puesta en marcha de una página institucional de Facebook requiere el asesoramiento de la Unidad de Comunicación. Se hace necesario tener muy claro cuáles son los límites relacionados con los contenidos y el alcance posible de las publicaciones.
- Es necesario tener creada una página web institucional para crear la página de Facebook. De este modo el Facebook se convierte en una herramienta más para hacer visible todo el volumen de trabajo, noticias, actos, etc, que genera un departamento.
- Publicar noticias en Facebook resulta sencillo cuando tienes creada la página web puesto que con un simple click se comparten las noticias.
- Sería ideal que las Secretarías Administrativas recibieran formación sobre el manejo de las redes sociales y que entrara dentro de sus funciones el mantenimiento y supervisión de ellas. De otro, modo todo el trabajo recae sobre personas que tienen asignadas tareas muy diferentes. En nuestro caso al director del departamento y a un técnico.
- La presencia del Director/a del departamento, Subdirector/a o Secretario/a como administrador del Facebook es imprescindible para controlar en todo momento los contenidos y las interacciones que se puedan generar en dicha página.
- La visibilidad de la página web del Departamento de Óptica, Farmacología y Anatomía se ha incrementado de manera considerable gracias a la puesta en marcha del Facebook. Hemos conseguido un total de 1075 seguidores en apenas 2 años, lo cual es un resultado excelente para tratarse de un Departamento universitario.
- Gracias a la existencia del Facebook se han mejorado las relaciones institucionales con gran cantidad de empresas o asociaciones.
- Los seguidores del Facebook se encuentran distribuidos por toda España y por Iberoamérica. En España están centrados básicamente en la provincia de Alicante y en Iberoamérica México es el país con más seguidores.
- Hemos conseguido mantener activa la página de Facebook a lo largo de este tiempo puesto que hemos publicado una media de 1 o 2 noticias por semana.
- La supervisión de las reacciones de los seguidores es importante para mantener los criterios establecidos por la página institucional.

PROYECTOS DE FUTURO

No es nada sencillo mantener una página de Facebook puesto que requiere una dedicación importante. Por tanto, sería interesante plantear a la Universidad sobre la importancia que puede llegar a tener la existencia de páginas institucionales de Facebook en los departamentos, puesto que es una manera sencilla y directa de mantener informados a los alumnos y cualquier otro tipo de perfil de usuario vinculado a las titulaciones que se imparten o la investigación realizada. Por ello, se debería instruir a las Secretarías Administrativas en estos temas para que se pueda instaurar desde un punto de vista institucional estas herramientas y no recaer todo el peso y trabajo sobre personas que tienen asignadas otras tareas.

La intención de este departamento es mantener activa la página de Facebook el mayor tiempo posible, pero al depender de la voluntad de las personas implicadas en cualquier momento se podría dejar de utilizar.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Camps Sanchis, V.J.; Sanz Espinós, M.J.; García LLopis, C.; Caballero Caballero, M.T. & de Fez Saiz, D. (2015). La importancia del diseño de una página web de un departamento. En *XIII Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria* [Recurso electrónico]: Nuevas estrategias organizativas y metodológicas en la formación universitaria para responder a la necesidad de adaptación y cambio. Universidad de Alicante (pp. 142-158). ISBN: 978-84-606-8636-1